

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sangat penting untuk diungkapkan karena dapat dipakai sebagai informasi dan bahan acuan yang sangat berguna bagi peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian. Sebagai rujukan dari penelusuran hasil penelitian yang terkait dengan tema yang diteliti, peneliti mencoba mencari hasil refleksi penelitian yang diteliti atau dikaji oleh peneliti terdahulu, yang mungkin mendekati kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan.

Dari hasil pencarian, peneliti menemukan hasil penelitian terdahulu dengan judul:

1. Penelitian oleh Maulidatus Syahrotin Naqqiyah, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pada tahun 2020. dengan judul “Analisis *framing* pemberitaan media online CNN Indonesia.com dan Tirto.id mengenai kasus pandemi Covid-19” Penelitian ini membahas tentang analisis teks media dalam kasus pandemi Covid-19 di media online dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana media online dalam membingkai berita terkait pandemic Covid-19. Didalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis freming model Zhondang Pan &

Gerald M. Kosicki. Penelitian ini berfokus pada dua media online yang cukup populer di masyarakat diantaranya adalah CNN Indonesia.com dan Tirto.id.

2. Penelitian oleh, Umi Nurul Fadilah, Ahmad Murtafi Haris, dan Zainal Abidin Ahmad, Mahasiswa universitas Islam Negeri Surabaya dan Universitas pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, pada tahun 2020. Dengan judul “*Framing* Media Online cnn inddonesia.com Mengenai Kebijakan Transisi di DKI Jakarta”. Hasil penelitiannya membuktikan pada masa pandemi corona berbagai media banyak menyoroti isu tentang pandemic ini, terutama menyoroti pada kebijakan pemerintah daerah dalam penanganan covid-19. Setiap media mempunyai bentuk dan gaya penulisan yang berbeda dalam membingkai sebuah berita, bingkai pemberitaan dapat mempengaruhi cara pandang dan pola pikir pembacanya. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* model Zhondang Pan & Gerald M. Kosicki, dengan empat struktur yakni (*sintaksis, skrip, tematik & retorik*).

Berdasarkan dua penelitian Maulidatus Syahrotin Naqqiyah, dengan judul “Analisis *framing* pemberitaan media online CNN Indonesia.com dan Tirto.id mengenai kasus pandemi Covid-19” & Umi Nurul Fadilah, Ahmad Murtafi Haris, dan Zainal Abidin Ahmad, Mahasiswa universitas Islam Negeri Surabaya dan dengan judul “*Framing* Media Online cnn inddonesia.com Mengenai Kebijakan Transisi di DKI Jakarta”, maka dapat ditemukan persamaan yakni: dari penelitian ini sama-sama menggunakan metode analisis *framing* model Zhondang Pan & Gerald M Kosicki, dan

perbedaannya yakni dua penelitian ini berfokus pada cara pandang yang digunakan media untuk membingkai peristiwa sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni berfokus pada bagaimana pemberitaan media online Tribratanewsntt.com di konstruksi.

2.2 Konstruksi Realitas Sosial di Media Massa

Pada dasarnya pekerjaan media massa adalah mengkonstruksi realitas. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad,2004:11, dalam Flora 2014). Sobur (2001, p.91) menulis, istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman (1996) melalui bukunya *“The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge”*, dan kemudian diterbitkan dalam edisi bahasa Indonesia dibawah judul *“Tafsir Sosial atas kenyataan : Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan”* (1990). Dalam buku tersebut, mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Berger dan Luckman memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman *“kenyataan”* dan *“pengetahuan”*. Mereka mengartikan realitas sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara, pengetahuan didefinisikan

sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik. Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial dikonstruksi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial, dalam pandangan mereka, tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri individu dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Internalisasi adalah proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Sedangkan objektivasi adalah interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.

Konstruksi realitas media massa pada dasarnya melibatkan individu sebagai subjeknya, akan tetapi individu tersebut tidak akan memberi kontribusi yang besar terhadap proses konstruksi tanpa melalui media massa. Contohnya aktor atau subjek individu dalam proses pengkonstruksian sebuah peristiwa di media massa adalah wartawan dan pihak redaksi dari media tersebut. Wartawan tersebut tidak memiliki kekuatan konstruksi yang besar dalam mata khalayak, tetapi gagasan-gagasan dari wartawan tersebut tersebar di media massa: baik media cetak, media online, dan media elektronik.

2.3 Konsep Analisis *Framing*

Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat cara media mengkonstruksi realitas. Analisis ini juga digunakan untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto,2002;10). Pada dasarnya analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media.

Konsep analisis *framing* dikenalkan pertama kali oleh Ervin Goffman (1974) melalui bukunya yang bertajuk *Frame analysis : an essay on the organization of experience*. Menurutnya, analisis *framing* adalah suatu definisi dari situasi yang dibangun dengan prinsip-prinsip organisasi yang mengatur kejadian dan keterlibatan subyektivitas yang kita miliki didalamnya. Sementara itu Chralotte Ryan menggambarkan analisis *framing* pada sisi penerimaan pesan. Ia menyatakan anliisi *framing* sebagai sebuah instrument atau alat untuk memesan informasi tentang apa yang dirasakan khalayak terhadap berbagai masalah politik. Pada penggunaanya *framing* digunakan untuk mendengar dan memahami rasa takut dan rasa sakit dari sebuah kelas,komunitas, atau sebuah bangsa dan kemudian mengkristalisasi pemahaman mereka tentang sebuah masalah. Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideology media saat mengkonstruksi fakta, analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, menarik, lebih berarti atau diingat untuk mengiring interpretasi khalayak sesuai dengan perspektifnya (Wahyudi, 2017).

2.3.1 Definisi *Framing*

Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki, mendefinisikan *framing* sebagai konstruksi dan memproduksi berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki menyatakan bahwa terdapat dua konsepsi dari *framing* yang berkaitan yaitu:

1. Dalam konsep psikologi yaitu cara seseorang memproses informasi dalam dirinya serta bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu.
2. Konsepsi sosiologis, cara individu menafsirkan suatu peristiwa melalui cara pandang tertentu. cara seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya (Eriyanto & Mulyana, 2002:290).

2.3.2 Perangkat *Framing* menurut Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Framing merupakan strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentukan berita.

Zhondang pan & Gerald M. Kosicki menyatakan bahwa terdapat dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan yakni :

1. Dalam konsepsi psikologi yaitu bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya serta bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi yang ditujukan dalam skema tertentu.
2. Konsepsi sosiologis yaitu bagaimana individu menafsirkan suatu peristiwa melalui cara pandang tertentu. Bagaimana seseorang mengklasifikasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya (Eriyanto, 2002:291).

Dalam pendekatan ini perangkat framing model Zhondang Pan & Gerald M. Kosicki dibagi dalam empat struktur besar:

a. Struktur sintaksis

Sintaksis berhubungan dengan cara wartawan menyusun peristiwa dalam bentuk susunan umum berita. Dapat diamati dari bagan berita (Lead, latar, headline, kutipan yang diambil dan sebagainya)

b. Struktur skrip

Skrip berhubungan dengan cara wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa kedalam bentuk berita.

c. Struktur tematik

Tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.

d. Struktur retorik

Retorik berhubungan dengan wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini melihat cara wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca (Eriyanto, 2002:293).

2.4 Konsep Media Online

Media *online* (*online media*) disebut juga media *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet) dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Pedoman pemberitaan media siber (PPMS) yang dikeluarkan dewan pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan dewan pers”. Media online dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak, (*printed media*) Koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik (*elektronik media*) radio, televisi, dan film/video (Romli 2012:34).

Media online merupakan produk jurnalistik *online* atau *ciber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (Wikipedia diakses:29/08). Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori

“media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital, serta umpan balik pengguna interaktif, perspektif kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*Real Time*”. *New media* merupakan penyerderhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media diluar lima media massa konvensional; televisi, radio, majalah, Koran, dan film. Sifat *new media* adalah cair, (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran control dan kebebasan (Chun, 2006). *New media* merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun *new media* sendiri tidak serta merta berarti media digital berbentuk *byte*, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam new media, selain ciri interaktif dan intelektual (Romli, 2012:35).

2.4.1 Fungsi Media Online

Pada praktiknya fungsi media *online* sama saja dengan media massa pada umumnya. Berikut ini adalah beberapa fungsi media online:

a. Fungsi informasi

Mengirim dan berbagi informasi adalah fungsi utama media. Karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media menawarkan fakta dan opini yang otentik dan tepat waktu tentang berbagai peristiwa dan situasi kepada khalayak massa sebagai item informatif. Informasi yang diberikan oleh media massa dapat bersifat beropini, obyektif, subyektif, primer dan sekunder. Fungsi media yang

informatif juga memungkinkan audiens mengetahui apa yang terjadi di sekitar mereka dan menemukan kebenaran. Media menyebarkan informasi sebagian besar melalui siaran berita di radio, TV, serta kolom surat kabar atau majalah.

b. Fungsi pendidikan

Media memberikan pendidikan dan informasi yang berbeda untuk orang-orang di semua tingkatan. Mereka mencoba mendidik orang secara langsung atau tidak langsung menggunakan berbagai bentuk konten. Misalnya, program pendidikan jarak jauh adalah pendekatan langsung. Drama, dokumenter, wawancara, cerita utama, dan banyak program lainnya disiapkan untuk mendidik masyarakat secara tidak langsung. Apalagi di Negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang efektif untuk penyadaran massa.

c. Fungsi hiburan

Fungsi penting lainnya dari media adalah sebagai hiburan yang juga dipandang sebagai fungsi media yang paling jelas dan sering digunakan. Sebenarnya hiburan adalah salah satu bentuk pertunjukan yang memberikan kesenangan kepada orang lain. Media memenuhi fungsi ini dengan memberikan hiburan kepada orang-orang dengan koran dan majalah, radio, televisi, dan media online menawarkan cerita, film, serial, dan komik untuk menghibur audiensnya. Olahraga, berita, review film, seni dan fashion adalah contoh lainnya yang membuat waktu

rekreasi dan waktu luang penonton lebih menyenangkan dan menyenangkan.

d. Fungsi persuasi

Ini adalah fungsi lain dari media massa karena persuasi melibatkan membuat pengaruh pada pikiran orang lain. Media massa mempengaruhi audiens dengan berbagai cara mengingat konten media membangun opini dan menetapkan agenda di benak publik. Itu mempengaruhi suara, mengubah sikap dan perilaku moderat. Menggunakan tajuk rencana, artikel, komentar, dan lain-lain, media massa dapat meyakinkan audiens meski tidak semua audiens tahu tentang itu. Banyak dari mereka menjadi terpengaruh atau termotivasi tanpa disadari begitu melihat iklan sebagai contoh yang dirancang untuk membujuk para penonton.

e. Fungsi pengawasan

Pengawasan atau surveillance menunjukkan observasi yang berarti mengamati masyarakat dari dekat. Fungsi media massa adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dan terus menerus serta memberikan peringatan tentang tindakan-tindakan yang mengancam khalayak massa yang kemungkinan besar akan terjadi di masa mendatang guna mengurangi kemungkinan kerugian tersebut. Demikian pula media massa juga menginformasikan tentang perbuatan tercela yang terjadi di masyarakat kepada pihak yang berwenang dan mencegah terjadinya malpraktek di kalangan khalayak massa di masyarakat. ini juga

termasuk menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, gunung berapi yang meletus, kondisi ekonomi yang lesu, peningkatan inflasi atau serangan militer.

f. Fungsi sosialisasi

Sosialisasi adalah transmisi budaya dan media adalah reflektor masyarakat yang mensosialisasikan orang, terutama anak-anak dan pendatang baru. Sosialisasi adalah proses di mana orang dibuat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diterima dalam budaya atau masyarakat mereka. Melalui proses ini, masyarakat belajar bagaimana menjadi anggota masyarakat atau masyarakat manusia dalam arti yang lebih besar. Padahal proses sosialisasi media membantu membentuk perilaku, sikap dan keyakinan masyarakat yang mana proses sosialisasi mendekatkan orang dan mengikat mereka menjadi satu Kesatuan (idclouhost.com diakses pada tanggal 10/02/2023)

2.4.2 Pemberitaan media online

Pemberitaan media online adalah laporan mengenai suatu peristiwa yang dikemas oleh media sebagai sarannya yang berisi mengenai sebuah peristiwa atau kejadian yang akan dipublikasikan berupa berita (pratama,2021:14). Berita daring atau *online news* adalah berita yang tersaji di internet dengan berbagai format, merupakan produk jurnalistik. Berita daring atau berita online adalah jenis baru berita setelah berita yang tersaji di media cetak (Koran dan majalah) berupa teks dan gambar dan dimedia

penyiaran (radio televisi) berupa audio dan video. Dapat disimpulkan bahwa pemberitaan media online adalah segala jenis berita yang disebarakan secara online dalam bentuk teks, audio, video dan *live streaming*. Pemberitaan dimedia online bisa memadukan teks, audio, dan video (multimedia), (Romelta.com, diakses pada 06/09/2022).

2.5 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Gagasan teori konstruksi realitas sosial pertama kali diperkenalkan oleh Peter Berger bersama Thomas Luckman dalam bukunya yang berjudul *The social construction of reality*, atau “pembentukan realitas secara sosial”. Dalam menjelaskan paradigma konstruktivis, realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia yang bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai media produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya (Basrowi & Sukidin, 2002:194 dalam Demartoto).

Terdapat tiga realitas sosial yang dikemukakan oleh Berger dan Luckman yakni:

- a). Realitas objektif, merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideology dan keyakinan) gejala-gejala social, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.
- b). Realitas social simbolik, merupakan ekspresi bentuk-bentuk

simbol dari realitas objektif, yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta berita-berita di media. c). Realitas sosial subjektif, merupakan realitas sosial pada individu, yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial (Demartoto, 2018:2-7).

Setiap peristiwa merupakan realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Pekerja media mengkonstruksikan realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang disebut realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya.